



Der Berufsverband
für Training, Beratung
und Coaching

News
& Facts

Hannes und das Karnevals-Projekt

Von Stefan Häseli, Vizepräsident im BDVT e.V.

„Hannes managt“ ist eine Geschichten-Serie mit feinsinniger Satire aus den und über die Management-Etagen.

Die Strategie des Sonnenkönigs

Hannes ist mit seinen rund fünf Lebensjahrzehnten unterdessen eindeutig der älteren Hälfte der Geschäftsleitung zu zuordnen. Im letzten Jahr stiessen neue Führungskräfte in die oberste Etage vor und Hannes ist glücklich darüber, dass er zumindest seinen angestammten Platz als Leiter der Produktion behalten darf.

Der CEO, der Finanzchef und der Leiter Forschung & Entwicklung sind allesamt viel jünger. Exakt sind es 14 Jahre und zwar bei allen. Es ist garantiert reiner Zufall, dass diese drei denselben Jahrgang 1980 haben, an derselben Universität studiert haben und im gleichen Serviceclub sind. Man hört immer wieder, dass die Zeit von Seilschaften vorbei ist. Hier spielt ganz offensichtlich das Schicksal mit, dass sich drei ‚verlorene‘ Kollegen wieder gefunden haben. Hannes glaubt das zwar nicht, aber es wird von der Geschäftsleitung so kommuniziert.

Die unausgesprochene Philosophie dieser Führungscrew erinnert Hannes an den Geschichtsunterricht. Im Jahr 1638 ist der ‚Sonnenkönig‘ Louis XIV geboren, in einem Jahr mit derselben Quersumme wie 1980.

Wie sich die Philosophie auswirkt? In praktisch allen Funktionen und Ebenen wird der Druck auf alle erhöht. Nach einer weiteren Welle von Personalinformationen mit dem Inhalt „der Gurt muss enger geschnallt werden“ ist die Stimmung im Keller. Die ersten verbalen Bedrohungen aus den unteren Hierarchiestufen werden laut. Just in diesem Moment rühren die Chefs mit der grossen Kelle an und verteilen Geschenke an die Mitarbeiter: ein dekadentes Mitarbeiterfest auf Sylt, Weihnachtspakete für alle aus dem Delikatessen-Laden in Florenz. Damit ist die Truppe wieder ruhig gestellt.

Das Projekt Karneval

In dieselbe Kategorie ordnet Hannes sein ihm aufgebrummtes Projekt ‚Karnevals-Woche‘ ein. Rund um die Faschingstage soll er dafür sorgen, dass die Menschen im Betrieb dank entsprechender Massnahmen spüren, dass dem CEO und seinen Trabanten diese närrischen Tage am Herzen liegen. ‚Gebt Papierschlangen und du erhältst Aufopferung‘ – so lautet für Hannes die vereinfachte Gleichung. Er fragt sich, an welcher Hinterhof-Universität im Norden von Alaska diese Weisheit gelehrt wurde. Denn wer ausser Römische Kaiser und Louis XIV würde auf eine solche Idee kommen?

Hannes bleibt nichts anderes übrig, als das Projekt umzusetzen, will er weiter in der Geschäftsleitung bleiben. Also macht er sich gewohnt strukturiert, wie man es früher gelernt hat, an die Projektarbeit mit Zieldefinition, Ressourcenplanung und so weiter. Jetzt sitzt er im Büro, übt sich im ‚Einzel-Think-Tank‘ und beginnt zu notieren.



Der Berufsverband
für Training, Beratung
und Coaching

News & Facts

Das einfachste sind die Dekorations-Elemente. Diese lässt man einfliegen, denn Papierschlängen aus dem Aldi sind ja wohl zu despektierlich. „Wir genügen höchsten Ansprüchen“ pflegt die Chefetage zu posaunen. Darum sollen es handgeschöpfte Papierschlängen aus einer Edel-Papier-Manufaktur in China sein. Die Konfettis müssen von Hand ausgeschnitten sein und wer genau hinschaut sieht, dass es nicht 0815-Konfetti“ sind, sondern Kleinst-Interpretationen des Firmenlogos.

Auch die rote Nase darf nicht fehlen. Bei einem Bestand von rund 1000 Mitarbeitern lässt sich beim Lieferanten sogar eine Spezialausgabe bestellen. Das Firmenlogo auf der Nase ist eine Selbstverständlichkeit. Im Inneren riecht die Nase zusätzlich nach Rosmarin und Koffein – die nachweislich motivations- und energieförderlichsten Düfte.

Die kulinarische Auswahl im Personalrestaurant kann aus logistischen Gründen nicht verändert werden. Aber die schöpfenden und kassierenden Mitarbeitenden sind als Bären verkleidet und das Beilagen-, Fleisch- und Salatangebot ist mit biologisch abbaubaren Lebensmittelfarben fastnächtlich getrimmt. Die Nudeln strahlen in diskretem Rot, die Pommes erkennt man am traditionellen „british-racing-green“ – notabene in derselben Farbe wie das Dienstfahrzeug des CEO, ein Jaguar F-Pace. Die Salatsauce ist pink, die Tomatensauce in Firmengelb. Das macht Spass und zeigt gleichzeitig auch, wie die Mitarbeitenden mit dem Ungewohnten umgehen können.

Die Faschingszeitung

Nun macht sich Hannes noch an eine heiklere Sache. Er möchte eine Art Faschingszeitung ins Intranet stellen. Ein Jaguar – das Raubtier – ziert die Frontseite, der Name der Zeitung ist passend dazu ‚Lucky-Jag‘. Ob das wohl gut ankommt? Hannes ist noch etwas unsicher. Aber je mehr er in Fahrt gerät, desto weniger zweifelt er. An Sarkasmus spart Hannes nicht. Er sucht Donald Trump-Zitate und legt sie dem CEO in einem Leitartikel mit dem Titel ‚Wenn unser CEO trumpfen würde‘ sozusagen in den Mund. Das ergibt dann folgende Aussagen:

- *Ich werde eine große Mauer an unserer nördlich Grenze zum Gelände unseres Mitbewerbers bauen und ich werde diesen die Mauer bezahlen lassen.*
- *Ich bin der beste CEO, den Gott je erschaffen hat.*
- *Lerne immer aus den Fehlern anderer, nicht aus den eigenen – das ist billiger.*
- *Der einzige Unterschied zwischen mir und den anderen Mitgliedern der Geschäftsleitung ist, dass meine Frauen schöner sind.*

Das kommt gut, schießt es Hannes durch den Kopf, und er freut sich, dass er für einmal etwas wirklich Nachhaltiges für das Unternehmen tun kann. Er gerät bei der Arbeit beinahe in Motivationstrance und hat einen eigentlichen Flash: Online will er ein Kostüm für den CEO bestellen, das dieser dann die ganze Woche im Betrieb tragen soll. Die Suchbegriffe lauten ‚Kostüm‘ und ‚Louis XIV‘...